

## 3. Temas analizados en 2007

### 3.A. MARCO GENERAL

Esta sección incluye:

Mercado e industria de la información, compras y ventas de empresas, legislación, sociedad y cultura

#### A.1. La creación ya no es lo que era y el libro, tampoco

Por Roser Lozano

**Lozano, Roser.** "La creación ya no es lo que era y el libro, tampoco".

En: *Anuario ThinkEPI*, 2008, pp. 13-16.



**Resumen:** *El libro y las bibliotecas públicas están inmersos en una sociedad en continua transformación e influidas por una creciente comercialización de la cultura donde confluyen intereses comerciales y sociales. Las bibliotecas públicas, como servicio público, deben servir a un interés social aunque en su intento de llegar más y mejor al ciudadano asuman, como las librerías, aspectos comerciales en la prestación de sus servicios.*

**Palabras clave:** *Bibliotecas públicas, Libros, Interés comercial, Interés social, Mercadotecnia.*

**Title:** *The world is just not what it used to be, and books aren't either*

**Abstract:** *Books and the public libraries that house them are immersed in a society that is undergoing continuous transformation and are influenced by the growing commercialization of culture, which combines commercial and social needs and interests. Public libraries, as a public service, must serve the public interest even as, in their efforts to provide more and better service to citizens, they find that they need to employ certain commercial techniques, such as those used by bookstores.*

**Keywords:** *Public libraries, Books, Commercial interest, Social interest, Public service, Marketing.*

**LA DENOMINADA CADENA DEL LIBRO (creación, edición, difusión, distribución y lectura) no es sinónimo de industria editorial. Ciertamente, ésta es su motor. Pero el proceso que va desde la creación a la lectura, es decir la comunicación escritor/lector, no corresponde únicamente al ámbito comercial.**

Si este proceso de creación/lectura se intenta reducir a una simple industria editorial o si pensamos que únicamente le ha de regir la ley de la oferta y la demanda como a

cualquier otra actividad comercial, estamos olvidando la influencia y el impacto que tiene esta industria en la conformación de los valores, de la mentalidad y de la ética de una sociedad.

Por esta razón todas las políticas culturales de los gobiernos de los países desarrollados inciden de alguna forma en esta cadena del libro, conscientes de la importancia que tiene en la configuración de una sociedad. Algunos ejemplos de esta influencia son la política bibliotecaria, el interés por el fomento del hábito de lectura, la ayuda económica a la

---

**Cada vez más todos los “nuevos” medios se integran en una galaxia multimedia que se complementa con la galaxia impresa que continua girando alrededor del libro**

---

creación, comercialización y distribución del libro, etc.

Pero desde hace ya tiempo el libro no es el único medio de información y de cultura. La construcción de los valores y de la ética de la sociedad se inspira cada vez más en todo aquello que “se mueve”, que “interacciona”, que se “comunica” públicamente... Los valores de una sociedad no se decretan por ley sino que se configuran como algo etéreo pero real que surge, se desarrolla y se transforma constantemente y en numerosas ocasiones independientemente de las leyes existentes que fácilmente quedan desfasadas.

Esta sociedad está en continua transformación. Todo cambia, rápido y continuamente. Nada sorprende ya. Nada es igual que ayer e intuimos que tampoco nada es como mañana. Y estamos preparados para ello. El libro y todo lo que gira a su alrededor por lógica también está en continua transformación.

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark



En la construcción de los valores de una sociedad cada vez más hay una decisiva influencia de otros elementos que han irrumpido con fuerza, algunos de ellos desde hace tiempo como son los medios de comunicación audiovisuales, televisión o publicidad, y otros más recientes como son internet, telefonía móvil,

etc. Cada vez más todos estos “nuevos” medios se integran en una galaxia multimedia que se complementa con la galaxia impresa que continúa girando alrededor del libro.

Y estas dos galaxias, impresa y multimedia, interactúan en continuo movimiento y transformación.

Y ello nos lleva a las siguientes reflexiones:

- El libro (y la prensa escrita) ha dejado de ser progresivamente el único medio de comunicación y de transmisión de valores y de ideas como lo era en las sociedades del pasado. Actualmente compite e interactúa con todos los otros agentes que conforman la otra galaxia multimedia.

- Por tanto, el libro ha de competir con todos los otros agentes para poder mantenerse en el mercado actual como un producto comercial atractivo. Y esta necesidad de competencia le ha hecho sensible a muchas influencias comerciales con mucha más intensidad que en el pasado.

- Esa competencia e interacción está de alguna forma influyendo en como es el libro actualmente: aparición de temáticas nuevas, sumisión a técnicas de márketing y publicidad, segmentación de mercado, estética, libros mediáticos, *bestsellers*, etc. “La creación ya no es lo que era y el libro tampoco”.

- Ello a la vez provoca cambios en el resto de la cadena del libro, también en la configuración de las actuales librerías y de las bibliotecas públicas, en ocasiones sin ser del todo conscientes y sin reflexionar demasiado sobre sus implicaciones y consecuencias.

En este proceso de creación/lectura confluyen claramente dos intereses: el comercial, legítimo, de ganancia económica por parte de la industria editorial, y el social, el cívico de construcción de los valores y de ética de nuestra sociedad.

Es necesario mantener un equilibrio entre estos dos intereses que actualmente están en juego alrededor del libro: el interés comercial y el interés social.

Estos dos intereses a veces pueden estar en contradicción, y las bibliotecas públicas como agentes proactivos del fomento de la lectura, como agentes sociales y como servicio público debemos ser conscientes de ello, saber realmente a qué aspiramos con los recursos que se destinan a nuestro centro.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística  
<http://www.ine.es/lineabase/cgi/um?M=/t12/p401/a2005&O=pcaxis&N=&L=0>

Muchas son las influencias comerciales que las bibliotecas públicas hemos asumido

**Es necesario mantener un equilibrio entre los dos intereses que actualmente están en juego alrededor del libro: el comercial y el social**

en nuestro intento por llegar más, mejor y más rápido a los ciudadanos. Pero nos hemos de asegurar de que todas ellas sean adecuadas al objetivo final de la biblioteca como servicio público y de que estén al servicio de un interés social y no comercial.

## La industria editorial y las bibliotecas

Por Óskar Calvo Vidal

Primero, indicar que la dinámica de los libros actualmente es la misma que existe en Estados Unidos, muy pocos libros sobreviven más de 6 meses en grandes tiendas de libros (*El Corte Inglés, Fnac, Crisol*, etc.). Existen clásicos, pero se da una rotación continua del conjunto mayor de libros para dejar su espacio a otros. Las pequeñas superficies por el contrario luchan por mantener una colección de calidad, lo cual no es siempre fácil, ya que algunos libros son difíciles de conseguir incluso en las propias editoriales.

Esta loca dinámica editorial se debe a la necesidad de poner en el mercado la mayor cantidad de libros posible, para vender más y más rápido; no es que la calidad de los mismos sea menor a los libros que se escribían hace años, más bien se han abierto nuevos géneros que antes eran minoritarios. Y si tenemos en cuenta que el espacio físico de las librerías es siempre constante se entiende la rotación de los libros editados como una vía para sacar nuevos elementos a la venta.

Por otro lado no es la televisión, ni el DVD interactivo, ni la revolución de la TDT lo que está poniendo entre la espada y la pared a las editoriales, y en este caso hablamos de

prensa escrita (revistas, periódicos) y libros. Es internet, y sus posibilidades.

A diferencia de los medios de comunicación y/o entretenimiento habituales, internet es un cambio importante, una nueva forma de comunicarse y relacionarse. Por un lado permite una comunicación bidireccional entre autores y lectores, cosa que con el material impreso hoy en día no se puede hacer. Por otro lado la red permite decidir libremente entre diferentes fuentes de información y entretenimiento, lo que pone en entredicho muchas veces la "rigidez" de los medios habituales de información, que no han hecho más que pasar a formato digital sus servicios, agregando valor mediante *blogs* de periodistas, columnistas, *chats* con invitados, ofreciendo elementos multimedia, pero siempre con las noticias como elementos centrales, y éstas sin poder ser "desmembradas" *in situ* por los lectores. Además pocas secciones de periódicos permiten comentarios de noticias, y éstas no son precisamente de las zonas más importantes.

Con los *blogs*, por el contrario, se puede tener una mayor interacción entre los lectores y los escritores, y como ellos algunas otras herramientas. Y es que en estas cosas, internet lo que hace es construir "comunidades" en torno a un elemento. Los libros de ficción son un buen ejemplo de cómo va a terminar evolucionando el mundo editorial,

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

la necesidad de un *feedback* con los clientes es un elemento que las editoriales no pueden dejar escapar y que necesitarán potenciar para fidelizar clientes.

En medio de esta vorágine de cambios las bibliotecas tienen que dar muchos más pasos que el resto de elementos, no sólo porque tienen que ampliar sus servicios en sus páginas de internet: es necesario que las páginas de las bibliotecas evolucionen de meros catálogos digitales a verdaderos portales multimedia en los que se trabaje también de forma telemática la cultura; si tenemos una conferencia o una charla en vivo sobre literatura, poesía, filosofía..., ¿por qué no llevarla también a la Red?, ¿por qué no transmitirla ya sea mediante voz o mediante audio y voz? Si en una biblioteca organizamos una exposición de poemas o de dibujos, ¿por qué no llevarlos a los medios telemáticos? Si tenemos

un catálogo de libros y revistas, ¿por qué no tener otro de *blogs* con su temática, portales variados, etc.? Actualmente la producción literaria ha pasado del papel a los monitores y conviven perfectamente; no podemos despreciar ninguna en favor de la otra, y en cambio tenemos que ser capaces de ofrecer ambas a los usuarios de bibliotecas.

Pero no considero que la biblioteca sea únicamente un elemento en el que tener un repositorio de documentos, o un *opac*, junto a actividades culturales. Hay que hacer un esfuerzo para “formar” a los usuarios, que ellos mismos aprendan a buscar la información, que aprendan a comparar y evaluar las fuentes, que aprendan a difundir sus datos para convertirlos en información comunitaria.

El futuro se presenta muy interesante para aquellas bibliotecas que quieran evolucionar.

# SCIPEDIA

Las librerías y las bibliotecas  
Por Roser Lozano

Register for free at <https://www.scipedia.com> to download the version without the watermark

En primer lugar, la virtualidad, internet con la inmensa gama de posibilidades de comunicación que nos ofrece, incluidos los *blogs*, comunidades virtuales, etc., no es un elemento sustitutivo de las bibliotecas públicas; ayuda, es una buena metodología, un buen instrumento para trabajar mejor la información, hacerla más accesible a los ciudadanos e incluso contar con su participación para la generación de contenidos. Estos años (desde 1998) en que desde la *Biblioteca Pública de Tarragona (BPT)* hemos creado y mantenido una web con numerosos servicios e informaciones virtuales, nos hemos encontrado con que viene muchísima más gente a la biblioteca, y en la encuesta que elaboramos en 2005, el 2,18% de los usuarios activos declara habernos conocido por primera vez a través de la Red... y dieron el salto a la biblioteca.

En segundo lugar: hace poco un librero, de los de siempre, amigo y aliado de la *BPT*, me decía huyendo de todo victimismo que el libro se vende y muy bien. Él lo tenía claro: el libro se ha convertido en un objeto comercial,

de regalo. Navidades, el día de la Madre, del Padre, cumpleaños... veía con optimismo su negocio y su profesión, eso sí, me decía: “No sabemos mañana cómo estaremos”. Pero da igual, la tendencia de momento es vender más libros y él la veía claramente consolidada. “Hemos de ‘desacralizar’ al libro”, me decía, incluso. Y saber adaptarse, transformarse continuamente, no quedarse en un modelo heredado de librería. Yo desde la biblioteca le comentaba que nosotros observábamos también que la gente viene más a la biblioteca y lee más (hablamos de cantidad, no de calidad, que puede ser otro debate).

Es evidente que la industria editorial, las librerías, ya no son lo que eran. Y las bibliotecas públicas, ¿por dónde vamos?, ¿reflexionamos suficientemente sobre cómo nos estamos adaptando a estos cambios y si vamos por el camino adecuado? En ocasiones compartir reflexiones con compañeros no bibliotecarios como pueden ser autores, libreros o editores ayuda mucho, porque los bibliotecarios no estamos solos y nuestras reflexiones, queramos o no, siempre serán limitadas.